

## บทที่ 5



### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาลักษณะผู้หญิงเก่งจากนิตยสาร 2 กลุ่ม คือ นิตยสารผู้หญิงทำงานและนิตยสารสำหรับผู้หญิงทำงานและครอบครัว ทั้งในด้านความหมาย และกระบวนการประกอบสร้างความหมายของผู้หญิงเก่ง พบภาพรวมที่สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

#### 1. ความหมายโดยรวมของผู้หญิงเก่ง

นิตยสาร 6 ชื่อฉบับ ให้ความหมายผู้หญิงเก่งตามลักษณะนิตยสารแต่ละฉบับ แต่ก็มี ความหมายที่สอดคล้องกันทุกฉบับคือ

- 1.1 มีความรู้ความสามารถในสาขาอาชีพของตนเอง ได้รับการยอมรับจากสังคมในระดับสูง
- 1.2 มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเองและสังคม
- 1.3 มีบุคลิกภาพผู้นำ และมีบุคลิกโดดเด่น มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สูง

#### 2. ความหมายผู้หญิงเก่งในนิตยสารผู้หญิงทำงาน

นิตยสารผู้หญิงทำงาน ได้แก่ แพรว ผู้หญิง ผู้หญิงวันนี้ และดิฉัน ได้ให้ความหมายผู้หญิงเก่งแตกต่างจากประเด็นภาพรวม คือ

- 2.1 เพศหญิงไม่ใช่อุปสรรคในการดำรงตำแหน่งงานระดับผู้บริหารขององค์กรทั้งภาครัฐบาล และธุรกิจเอกชน และมีความสามารถสูงทำงานได้ผลสำเร็จเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ
- 2.2 ผู้หญิงมีจิตวิญญาณในการทำงาน เป็นผู้หญิงแกร่ง เป็นนักสู้ พันฝ่าอุปสรรคต่าง ๆ อย่างมุ่งมั่น จึงประสบความสำเร็จสูง และได้รับการยอมรับจากสังคม
- 2.3 ผู้หญิงเก่ง คือ ผู้หญิงที่มีฐานะดี มีชื่อเสียงและมีการศึกษาสูง จะประสบความสำเร็จในการพัฒนางานระดับสูง

#### 3. ความหมายผู้หญิงเก่งในนิตยสารผู้หญิงทำงานและครอบครัว

นิตยสารในกลุ่มนี้คือ ขวัญเรือน และหญิงไทย ให้ความหมายผู้หญิงเก่งแตกต่างจากประเด็นภาพรวมคือ

ผู้หญิงเก่ง เป็นผู้หญิงที่มีความสามารถสูง รู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเอง ทั้งบทบาทใน การทำงานและบทบาทในครอบครัว มีความสุขในการทำงานเชิงสร้างสรรค์สังคม ไม่ว่าจะ ประกอบอาชีพใด ๆ ก็ตาม แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงมีความรับผิดชอบต่อตนเอง ครอบครัว และ สังคม ในระดับสูง และเป็นกิจยิ่งใหญ่ของเพศหญิง

โดยพบว่ามีการนำเสนอผู้หญิงเข้ากันถึง 3 คนโดยนิตยสารแต่ละฉบับจะเลือกนำเสนอใน ประเด็นที่มีสอดคล้องกับแนวทางของนิตยสาร และพบว่ามีเฉพาะนิตยสารแพรวเท่านั้นที่นำเสนอ เข้ากับนิตยสารอื่นๆ โดยนำเสนอในเวลาใกล้เคียงกัน แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงที่ถูกเลือกมานำเสนอ น่าจะมีความโดดเด่น มีความน่าสนใจ และกำลังอยู่ในความสนใจ หรืออยู่ในกระแสสังคมในช่วง นั้น ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของนิตยสารแพรวที่คัดเลือกคนที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก

#### 4. อັดลัษณัผู้หญัองเก่ง

จากการศึกษาความหมายของผู้หญิงเก่งผ่านภาพตัวแทนจำนวน 76 คน ในนิตยสาร จำแนกเป็นผู้หญิงที่เป็นผู้นำจำนวน 44 คน ผู้หญิงที่มีชื่อเสียงจำนวน 32 คน และศึกษาภาษาที่ ใช้เรียกสมญานามของผู้หญิงเก่ง พบว่ามีลักษณะเฉพาะเป็นอັดลัษณัของผู้หญัองเก่ง 3 ประการ คือ

4.1 อັดลัษณัด้านการทำงาน คือ มีภาวะผู้นำในวิชาชีพ มีวิสัยทัศน์โดดเด่น มีความสามารถในการสร้างคน โดยการให้ออกาสในการทำงาน และสร้างวัฒนธรรมการทำงาน ร่วมกัน ลักษณะดังกล่าวอยู่ในการบริหารจัดการที่ดี โดยผู้หญิงผู้นำเป็นผู้ประสานงาน บริหาร คน บริหารงานและบริหารเวลาได้เหมาะสมจึงได้รับการยอมรับเป็นอย่างสูง ดังสมญานาม มือ อาชีพ หนึ่งในตองอู แม่งาน แม่ค้าผู้สร้างตำนาน ฯลฯ

4.2 อັดลัษณัด้านการทำงานสร้างตัวตนสู่ความสำเร็จ คือ มีการสั่งสม ประสพการณ์ จากการเรียนรู้นอกระบบเป็นหลัก โดยเรียนรู้จากบุคคล ครอบครัว และสภาพ แวดล้อมการทำงาน เป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต มีความหลากหลาย และส่งผลให้ประสงความ สำเร็จในการทำงาน การเรียนรู้ในระบบเป็นเพียงการสร้างโอกาสในการทำงาน ไม่ใช่เครื่องชี้วัด ความสำเร็จ

4.3 อັดลัษณัด้านการแต่งกาย ผู้หญัองเก่งเลือกใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เพื่อเสริม บุคลิกภาพ แสดงความเป็นตัวของตัวเองอย่างชัดเจน เน้นคุณภาพและความเรียบร้อย เหมาะ

กับวัยและกาลเทศะ แม้จะมีอาชีพแตกต่างกัน ก็มีจุดประสงค์และจุดเน้นในเรื่องการแต่งกายไปในแนวทางเดียวกัน

## 5. กระบวนการประกอบสร้าง ความหมายผู้หญิงเก่ง

5.1 จากการศึกษาตัวบท ( text ) คือภาษาจากคอลัมน์สัมภาษณ์หลักของนิตยสารทั้ง 6 ชื่อฉบับ ในด้านกลวิธีการใช้ภาพพจน์ พบลักษณะการใช้ภาษาในการสร้างอัตลักษณ์ 6 ลักษณะคือ

การใช้คำแทนตัวผู้หญิง จะใช้คำแสดงลักษณะเด่นด้านกรงาน นิสัย หรือสมญานาม เช่น สาวนักสู้ คุณหนูบักอืด ผู้หญิงพิเศษ

การใช้อุปสรรค นิยมใช้คำที่เข้าใจความหมายกันโดยทั่วไป เช่น หนึ่งในตองอูแม่งาน ผู้หญิงวันนี้

การใช้สัญลักษณ์ ใช้สัญลักษณ์ที่แสดงความเข้มแข็ง อดทน เช่น หญิงเหล็ก

การเปรียบเทียบแบบคู่ตรงข้าม นิยมเปรียบเทียบลักษณะแตกต่างระหว่างชายหญิง

นอกจากนี้ยังใช้การบรรยายและอธิบาย เพื่อให้เห็นภาพชัดเจน เพื่อให้ผู้อ่านสามารถรับรู้รายละเอียด เกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของผู้หญิงเก่งแต่ละคน

กลวิธีการใช้ภาษาดังกล่าว แสดงภาพผู้หญิงเก่ง 5 ลักษณะ คือ แสดงสถานภาพเชิงวิชาชีพ แสดงลำดับที่ แสดงคุณสมบัติในการทำงาน คุณสมบัติทางกายภาพ และคุณสมบัติการเป็นแม่บ้าน

การจัดวางตำแหน่งของกลุ่มคำจากคอลัมน์สัมภาษณ์หลักมักปรากฏในการพาดหัวเรื่องหรือการตั้งชื่อเรื่อง เป็นการสรุปลักษณะเด่นของผู้หญิง เช่น ผู้หญิงผู้นำ ในส่วนอื่น ๆ ของเรื่อง เช่น การเกริ่นนำ เนื้อเรื่องและส่วนสรุป จะเป็นการใช้คำหรือกลุ่มคำที่ขยายประเด็นชื่อเรื่อง อธิบายลักษณะผู้หญิงเก่ง ใช้คำเรียกแทนผู้หญิงและประมวลความคิดชี้ให้เห็นลักษณะเด่นของผู้หญิง

การใช้ภาษาจึงเป็นสัญญาณที่สำคัญในการสร้างกรอบการเรียนรู้ภาพของผู้หญิงเก่งให้เด่นชัดขึ้น ซึ่งภาพเหล่านี้สอดคล้องกับนิยามความหมายผู้หญิงเก่งในนิตยสารทั้ง 6 ชื่อฉบับ

5.2 การศึกษาผู้ผลิตนิตยสารกับการประกอบสร้างอัตลักษณ์ โดยใช้ข้อมูลสัมภาษณ์และวิเคราะห์สัญญาณจากการโฆษณา พบว่า นิตยสารแต่ละฉบับ มีกระบวนการในการ

คัดเลือกผู้หญิงเก่ง มีนโยบายในการนำเสนอ มีทักษะของผู้ผลิตและมีกระบวนการนำเสนอที่คล้ายคลึงกันดังนี้ คือ

การคัดเลือกผู้หญิงเก่ง ในนิตยสารทั้ง 6 ฉบับ มีกระบวนการที่คล้ายคลึงกัน คือมีการกำหนดนโยบายหลักของนิตยสาร มีการกำหนดคอลัมน์ให้สอดคล้องกับนโยบาย กำหนดเกณฑ์คัดเลือกบุคคลที่จะสัมภาษณ์ในคอลัมน์หลัก บรรณาธิการจะเป็นผู้ตัดสินใจร่วมกับผู้เขียน ผลการศึกษาผู้หญิงเก่งทั้ง 76 คน พบว่าเกณฑ์ที่ใช้คัดเลือก คือ เลือกผู้หญิงที่เป็นผู้นำ และผู้หญิงที่มีชื่อเสียงในอาชีพต่างๆ

นโยบายในการนำเสนอ นิตยสารทุกฉบับเลือกนำเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และกระแสสังคม และประเด็นสำคัญที่สุดคือ เรื่องของธุรกิจการค้า ที่ต้องสร้างจุดเด่นเหนือคู่แข่งในกลุ่มนิตยสารผู้หญิง เช่น เลือกคนที่มีชื่อเสียงโดดเด่น คนที่สังคมให้ความสนใจ ในขณะที่ต้องตรงกับแนวทางหนังสือ เช่น นิตยสารกลุ่มผู้หญิงทำงานและครอบครัว จะเลือกผู้หญิงที่มีบทบาทในครอบครัวและมีความโดดเด่นด้านการทำงานด้วย

ทักษะเรื่องผู้หญิงของผู้ผลิตนิตยสาร นิตยสารหญิงไทยมีทักษะที่แตกต่างจากนิตยสารฉบับอื่น ๆ คือ มีความเห็นว่าผู้หญิงควรดำเนินงานบทบาทในครอบครัว ตามแบบแผนวัฒนธรรมไทยที่ผู้หญิงทำงานบ้านดูแลบุคคลในครอบครัว และในขณะเดียวกันผู้หญิงต้องดำเนินบทบาทในสังคม คือ ประกอบอาชีพสำคัญ ๆ เป็นที่ยอมรับในสังคมทุกระดับ ส่วนนิตยสารอีก 5 ชื่อฉบับ มีความเห็นคล้ายคลึงกัน คือ ผู้หญิงดำเนินบทบาทในการประกอบอาชีพในสังคมเท่าเทียมผู้ชาย สามารถสร้างงานให้เป็นที่ยอมรับในสังคมได้อย่างโดดเด่น โดยไม่เน้นบทบาทในครอบครัว

กระบวนการนำเสนอ นิตยสารทุกฉบับมีการเลือกนำเสนอประเด็นตามนโยบายที่กำหนด และนำเสนอโดยใช้รูปแบบหลากหลาย ได้แก่ การใช้ภาพ การใช้ภาพประกอบบทสัมภาษณ์ การโฆษณาและการใช้ภาษาในรูปแบบต่าง ๆ ผลการศึกษาภาพตัวแทนผู้หญิงเก่งพบว่าประเด็นในการนำเสนอคือ เรื่องราวชีวิตที่น่าสนใจ มุมมองในการดำเนินชีวิต บทบาทประสบการณ์ การสร้างงานและการสร้างตัวตนของผู้หญิงเก่ง

## 6. วัฒนธรรมเพศสภาพกับวัฒนธรรมบริโภคนิยมในการประกอบสร้างอัตลักษณ์

6.1 วัฒนธรรมเพศสภาพ หมายถึง ระบบความคิด ความเชื่อและทัศนคติในเรื่องบทบาทหญิง-ชาย จากการศึกษาภาพตัวแทนผู้หญิงจำนวน 76 คน สัมภาษณ์และโฆษณาในนิตยสารทั้ง 6 ชื่อฉบับ พบว่าความเชื่อและทัศนคติเรื่องบทบาทหญิง-ชาย แบ่งเป็น 2 บทบาท คือ

### 6.1.1 บทบาทในครอบครัว คือ

บทบาทการเป็นภรรยา ผู้หญิงเก่งที่ประสบความสำเร็จ จะมีครอบครัวที่ดีคือมีสามีและลูกที่เข้าใจ ช่วยแบ่งเบาภาระหน้าที่ในบ้าน ส่วนผู้หญิงที่ไม่ประสบความสำเร็จในเรื่องครอบครัว ต้องรับภาระเป็นผู้นำครอบครัว

บทบาทการเป็นแม่ ผู้หญิงเก่งต้องรับผิดชอบทั้งบทบาทแม่และผู้หญิงทำงาน ผู้หญิงเก่งจึงต้องมีความเข้มแข็ง และมั่นใจในการดำเนินบทบาทของตนเอง

ทัศนคติเรื่องชีวิตและครอบครัว ของผู้หญิงเก่งส่วนหนึ่งจึงเห็นว่าไม่จำเป็นต้องแต่งงานเพราะสามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง อีกส่วนหนึ่งเห็นว่าควรทำหน้าที่การงานและครอบครัวให้สมบูรณ์

6.1.2 บทบาทในสังคม พบปัญหาอคติทางเพศในบางอาชีพ เช่น นักบิน ศัลยแพทย์ และข้าราชการ ที่ยังเลือกปฏิบัติสงวนพื้นที่ไว้สำหรับผู้ชาย ผู้หญิงจะประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับในสังคมได้ต้องได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานทั้งความสามารถและสติปัญญา แต่ผู้หญิงเก่งจะมีความคิดเชิงบวกต่อความเป็นผู้หญิงและพร้อมที่จะแสดงคุณค่าศักยภาพของตน

วาทกรรมเกี่ยวกับความงามของผิวพรรณ รูปร่าง บุคลิกภาพ วาทกรรมสุขภาพ และวาทกรรมความทันสมัยในสัมฤทธิผลและโฆษณา สะท้อนวัฒนธรรมเพศสภาพในเรื่องบทบาททางสังคมที่ผู้หญิงต้องให้ความสำคัญกับความงาม บุคลิกภาพ สุขภาพ และความสนใจใฝ่รู้ทันสมัย ส่วนวาทกรรมความเป็นเมียและแม่สะท้อนบทบาทในครอบครัว ผู้หญิงควรปฏิบัติหน้าที่ดูแลครอบครัวและดูแลการงานไปพร้อมกัน

6.2 วัฒนธรรมบริโภค นิตยสารสร้างวาทกรรมหลายประเภทจึงมีส่วนสร้างภาพผู้หญิงในสังคมผ่านโฆษณา เช่น สาวทันสมัยต้องรู้จักใช้เทคโนโลยี ติดตามข่าวสาร บำรุง

สุขภาพ รักษารูปร่างผิวพรรณ ต้องมีผิวที่ขาวใส ดูอ่อนวัย ในขณะที่แม่บ้านควรดูแลสุขภาพของทุกคนในครอบครัวด้วยการเลือกบริโภคสินค้าต่างๆ

ที่น่าสังเกตคือผู้หญิงเก่งทั้ง 76 คนมีลักษณะการบริโภคสินค้าที่สอดคล้องกับลักษณะที่กล่าวมา เช่น ใช้เทคโนโลยี ใช้สินค้าแบรนด์เนม แต่ก็มีหลักในการเลือกใช้เพื่อสร้างตัวตนในสังคม

## อภิปรายผล

### 1. การนิยามความหมายภาพตัวแทนผู้หญิงเก่ง

จากข้อค้นพบของการวิจัยในเรื่อง การนิยามความหมายผู้หญิงเก่งทั้งความหมายในภาพรวมและความหมายเฉพาะของนิยามทั้งสองกลุ่ม พบว่า มีการสร้างความหมายและคุณค่าของผู้หญิงเก่ง ในบริบทสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมไทย และในขณะเดียวกันก็แสดงเอกลักษณ์ของเพศหญิงอย่างชัดเจน มีการสร้าง "ตัวตน" ของผู้หญิงไทย ในนิยามกลุ่มผู้หญิงทำงานและครอบครัวที่น่าสนใจอย่างยิ่ง คือ

เพศหญิงต้องมีความรู้ความสามารถ มีจิตวิญญาณในการทำงานและต้องรับบทบาทหน้าที่ทั้งการงานและหน้าที่ในครอบครัว เป็นการตอกย้ำบทบาทหญิง – ชายในสังคมไทย ว่าความเป็นชาย – หญิงถูกกำหนดโดยวัฒนธรรมไทย เป็นวาทกรรมชุดเดิมในสังคมไทยสอดคล้องกับทฤษฎีสตรีนิยมแนววัฒนธรรมศึกษา ซึ่งกล่าวอ้างวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ มีรหัสทางวัฒนธรรมร่วมกัน นั่นคือ ในวัฒนธรรมไทย บทบาทในครอบครัวเป็นหน้าที่ของผู้หญิง แต่เมื่อสังคมเปลี่ยนไป ผู้หญิงต้องทำงานประกอบอาชีพช่วยเหลือครอบครัวแต่การนิยามบทบาทในครอบครัวของผู้หญิงยังคงปรากฏอยู่

อย่างไรก็ตาม ทศนคติของผู้หญิงที่ถูกนำเสนอในนิยาม มีความพอใจ มีความสุขในการปฏิบัติหน้าที่ทั้งทางการงานและครอบครัว และยังมีมุ่งมั่นกระทำสิ่งที่มีประโยชน์ต่อสังคมในวงกว้างไปพร้อมๆ กัน เป็นการยอมรับบทบาทหน้าที่ที่หลากหลาย และในขณะเดียวกันก็แสดงให้เห็นว่า คุณค่าของเพศหญิงที่มีต่อสังคมกลับเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน อันเป็นการเน้นบทบาทและคุณค่าของผู้หญิงที่มีทั้งส่วนที่เป็นบทบาทและคุณค่าในพื้นที่ในบ้านตามแนวดั้งเดิมกับบทบาทและคุณค่าในพื้นที่สาธารณะ อันเป็นการเปิดพื้นที่ของผู้หญิงยุคใหม่

ผู้หญิงเก่ง ในการนิยามภาพรวมของนิตยสารทั้ง 6 ฉบับ แสดงให้เห็นภาพของผู้หญิงที่มีความรู้ความสามารถในระดับสูง เป็นผู้นำ มีบุคลิกโดดเด่น มีวิสัยทัศน์กว้างไกล บุคลิกดังกล่าวเป็นการสร้างลักษณะเฉพาะของผู้หญิงที่แตกต่างจากผู้หญิงในสังคมไทยแบบเดิม ซึ่งเคยให้ภาพผู้หญิงในแบบที่เรียบร้อย อ่อนหวาน มีบทบาทในครอบครัวเป็นหลัก การนิยามความหมายผู้หญิงเก่งในนิตยสารสตรี จึงมีลักษณะที่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์และภาพตัวแทน เพราะการเกิดอัตลักษณ์ต้องผ่านกลไกการสร้างความหมายโดยผ่านภาพตัวแทน สัญลักษณ์และวาทกรรม ภาพตัวแทน (representation) เป็นการให้ความหมายผ่านระบบสัญลักษณ์ที่ผลิตอัตลักษณ์ให้มีความหลากหลาย แต่ละคนสามารถเลือกใช้ให้เหมาะกับตนเอง เช่น การสร้างภาพตัวแทนผู้หญิงด้วยการนิยามผู้หญิงเก่งว่าเป็นผู้หญิงที่มีความรู้ ความสามารถระดับสูง เป็นผู้นำ มีวิสัยทัศน์ ผู้หญิงเก่งเป็นผู้หญิงที่รับบทบาททั้งด้านการทำงานและครอบครัว ผู้หญิงเก่งต้องดูแลบุคลิกภาพให้ดูดีและโดดเด่น หรือการสร้างสัญลักษณ์ในโฆษณาที่ผู้หญิงเก่งสวมสูท เพื่อความภูมิฐาน ใส่ใจดูแลสุขภาพและผิวพรรณ ภาพเหล่านี้ เป็นผลของการผลิตความคิดผ่านสื่อ เป็นวาทกรรมที่ส่งผลต่อความคิด ความเชื่อ และทัศนคติของคนในสังคม ภาพตัวแทนจึงเป็นการแสดงอัตลักษณ์ของคนกลุ่มต่างๆด้วย

ผู้หญิงที่นิตยสารทั้ง 6 ชื่อฉบับเลือกมานำเสนอ มีคุณสมบัติที่เด่นชัดตามนิยามดังกล่าว จึงเป็นภาพตัวแทนของผู้หญิงเก่งในสังคมไทย ไม่ว่าจะประกอบอาชีพใดๆ ก็ตาม ทำให้ภาพของผู้หญิงมีความโดดเด่นขึ้นมาทัดเทียมเพศชาย เพราะความเป็นผู้นำ ความมีวิสัยทัศน์ และความสามารถในการบริหารงาน เคยเป็นภาพตัวแทนของเพศชายมาก่อน แสดงให้เห็นว่าสื่อมีส่วนในการสร้างภาพตัวแทนผู้หญิงให้กับสังคมไทยได้รับรู้ และอาจเป็นนัยยะให้ผู้หญิงได้ปฏิบัติตามแบบอย่างที่ดีที่นิตยสารนำเสนอ เป็นการปลุกฝังลักษณะความเป็นหญิงที่ดีให้กับคนในสังคมไปพร้อมๆ กัน

นิตยสารผู้หญิงสำหรับผู้หญิงทำงาน ได้เน้นความหมายเฉพาะเกี่ยวกับผู้หญิงทำงานว่าเพศหญิงไม่ใช่อุปสรรคในการดำรงตำแหน่งระดับสูงในองค์กร และผู้หญิงมีจิตวิญญาณในการทำงานฟันฝ่าอุปสรรคอย่างมุ่งมั่น เกิดประโยชน์อย่างสูงต่อประเทศชาติ การนิยามผู้หญิงเก่งในลักษณะนี้ เป็นวาทกรรมที่ยกภาพตัวแทนผู้หญิงให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น คือ เพศไม่ใช่อุปสรรคในการทำงานอย่างมีคุณภาพ และการมีจิตวิญญาณในการทำงานอย่างมุ่งมั่นจะเป็นลักษณะโดดเด่นของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน ที่มีใช้ปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทที่สังคมมอบให้แต่เพียงอย่างเดียว แต่ทำงานด้วยใจที่เข้มแข็ง ด้วยจิตวิญญาณนักสู้ มีความสุขในงานที่ทำ ส่งผลให้งานมีคุณภาพสูง เป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

กระบวนการประกอบสร้างความหมายของผู้หญิงเก่ง ในนิตยสารทั้ง 6 ชื่อฉบับ มีประเด็นที่น่าสนใจ คือ นโยบายการคัดเลือก การนำเสนอภาพผู้หญิงเก่ง จะเป็นไปตามบริบททางสังคม เศรษฐกิจ เน้นผู้หญิงที่มีความโดดเด่นด้านการทำงาน และครอบครัว มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีความสอดคล้องกับแนวทางของนิตยสารแต่ละฉบับ แต่สิ่งสำคัญก็คือการแข่งขันกับนิตยสารผู้หญิงในปัจจุบัน ส่งผลต่อการคัดเลือกผู้หญิงเก่งในนิตยสารแต่ละฉบับ ซึ่งต่างมุ่งสร้างจุดเด่นตามลักษณะ แนวทางของนิตยสารนั้นๆ ให้เพิ่มมากขึ้น เช่น นิตยสารผู้หญิงจะมีคอลัมน์พิเศษสำหรับผู้หญิงทำงานแยกออกมาต่างหากและมีคอลัมน์สัมภาษณ์พิเศษเกี่ยวกับผู้หญิงทำงานที่มีความโดดเด่นเป็นพิเศษ ชื่อคอลัมน์ Working Woman และมีการจัดประกวด Working Woman of the Year ขึ้นทุกปีเพื่อให้รางวัลกับผู้หญิงเก่ง หรือการนำเสนอเรื่องราวของผู้หญิงให้มีความสอดคล้องกับวันสำคัญและเทศกาลต่างๆ

นิตยสารทุกฉบับมีโฆษณาเกี่ยวกับความงาม ทั้งผลิตภัณฑ์ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประดับ ที่สะท้อนวัฒนธรรมบริโภคนิยม และตอกย้ำเพศสภาพที่ผู้หญิงต้องมีรูปร่างสวยงาม ผิวพรรณดี โดยอาศัยผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในการดูแลรักษาความงาม สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพัตรา ศิริมังคะลา (2534) ที่ศึกษาบทบาทและสถานภาพของผู้หญิงในงานโฆษณาพบว่าภาพของสตรีที่นำเสนอในโฆษณาจะเน้นบทบาทของผู้หญิงทำงานที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปิดกว้างมากขึ้น เริ่มเน้นความฉลาด ทันสมัย มีรสนิยมที่ดีเป็นของตัวเอง มีความมั่นใจในตัวเองสูง มีความเป็นผู้นำและมีบทบาทต่อสังคมมากขึ้นจากเดิมที่เคยเน้นบทบาทแม่หรือแม่บ้าน

ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อการสร้างภาพของผู้หญิงในอุดมคติ ผ่านทางการใช้ภาษา การให้ความหมาย การใช้ภาพโฆษณาเพื่อสร้างบุคลิกภาพของสินค้าและโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านคล้อยตาม โดยมักใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือการสะท้อนภาพที่คล้ายคลึงหรือเป็นที่ใฝ่ฝันของคนอ่าน เป็นการโน้มน้าวให้ผู้หญิงอยากเป็นอย่างภาพของผู้หญิงในอุดมคติที่เป็นภาพที่นิตยสารได้สร้างไว้ การบริโภคจึงเป็นนัยยะและความหมายสำหรับการเป็นตัวตน การที่ผู้อ่านเลือกที่จะบริโภคสิ่งใดจึงมีวัตถุประสงค์ส่วนหนึ่งเพื่อเป็นการสร้างหรือรักษาอัตลักษณ์ที่ต้องการให้มีความแตกต่างไปจากผู้บริโภคคนอื่นๆ ภายใต้บริบทของสังคมไทยที่ยังคงยึดติดอยู่กับรูปร่างหน้าตาที่สวยงามของผู้หญิงมากกว่าที่จะพูดถึงในแง่ของความสามารถ

นิตยสารเองก็ได้มีการนำเสนอภาพของผู้หญิงในแบบทวิลักษณ์ คือนอกจากจะนำเสนอภาพของผู้หญิงเก่งที่มีความรู้ความสามารถแล้ว ก็ยังนำเสนอภาพของผู้หญิงเก่งที่ต้องสวยงาม ดู



ดี มีรสนิยม ผอม เพรีียว บาง เป็นต้น หรือการสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างให้กับผู้อ่านเช่น เป็น working woman เป็นสาวทันสมัยที่มีความมั่นใจ เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นการทำงานของสื่อ ในยุคทุนนิยมที่มีการแข่งขันสูงและมุ่งหวังผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจ โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับโฆษณาที่มาลงในนิตยสาร และมีการจัดวางเลย์เอาต์โฆษณาใหม่ของนิตยสารเพื่อให้มีความสวยงาม ดูดี เหมาะสมกับระดับของหนังสือ ผู้ผลิตนิตยสารในยุคปัจจุบันจึงต้องคิดตั้งแต่เรื่องปก ที่เป็นแรงดึงดูดให้คนสนใจ เนื้อหาเรื่องที่จะนำเสนอ คนที่จะนำมาสัมภาษณ์ การตั้งหัวเรื่องให้น่าสนใจ การแข่งขันวิ่งตามรสนิยมของผู้บริโภค สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจและความก้าวหน้าทางเทคนิคการผลิต (อุรสา ขวัญยืน, 2542:3)

## 2. อัตลักษณ์ผู้หญิงเก่งในนิตยสารสตรี

การนำเสนอภาพผู้หญิงเก่งที่นิตยสาร 6 ฉบับได้สร้างภาพผู้หญิงทำงาน ที่มีความรู้ความสามารถ มีความเป็นผู้นำ มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีบทบาทหน้าที่สำคัญทั้งด้านการงานและครอบครัว การนำเสนอในกระบวนการประกอบสร้างความหมายผู้หญิงเก่ง ที่นำเสนอการบริโภคเพื่อความงามของเพศหญิง แสดงให้เห็นการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับความงามของผู้หญิง ในขณะที่เดียวกันก็สร้างวาทกรรมเกี่ยวกับผู้หญิงในด้านบทบาทการทำงานเพื่อครอบครัวและสังคมที่ชัดเจน ภาพตัวแทนของผู้หญิงเก่งที่ปรากฏในนิตยสาร จึงเป็นเหมือนอุดมการณ์เกี่ยวกับผู้หญิง คือผู้หญิงต้องแสดงบทบาททั้งในครอบครัวและสังคมอย่างเต็มความสามารถ ด้วยจิตวิญญาณและความรู้ ความสามารถของตนเอง และต้องมีบุคลิกโดดเด่น มีความงามทั้งรูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณ

มีข้อน่าสังเกตจากภาพตัวแทนผู้หญิงเก่งที่นิตยสารนำเสนอทั้ง 76 คน มีจำนวนผู้หญิงที่เป็นผู้นำในวงการธุรกิจจำนวน 30 คน ข้าราชการจำนวน 14 คน ส่วนผู้หญิงที่มีชื่อเสียงจำนวน 32 คน เป็นศิลปินจำนวน 17 คน อัตลักษณ์ที่พบจากการสัมภาษณ์ การนิยามความหมายและการให้สมญานาม จึงเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในด้านการทำงาน การสร้างตัวตนสู่ความสำเร็จ และการแต่งกาย

พิจารณาด้านวัฒนธรรมเพศสภาพ อัตลักษณ์ด้านการทำงานของผู้หญิงเก่งที่มีวิสัยทัศน์สามารถสร้างคน สร้างงานจนสังคมยอมรับและยกย่อง เป็นการแสดงความเท่าเทียมกันของหญิง-ชาย ที่จะมียุทธศาสตร์ในสังคม แต่อัตลักษณ์ในการสร้างตัวตนสู่ความสำเร็จที่ผู้หญิงต้องอดทน แก้ปัญหาต่างๆ และเรียนรู้อย่างหนักจากผู้คนและสภาพแวดล้อมทางการงาน รวมทั้งอคติเรื่องเพศที่สงวนพื้นที่การทำงานบางอาชีพ เช่น นักบิน ศัลยแพทย์ ไว้สำหรับผู้ชาย หรืออัตลักษณ์

ด้านการแต่งกายที่ผู้หญิงต้องสร้างความเป็นตัวของตัวเอง สวยงามและดูดีอยู่เสมอ ก็ดูเหมือนจะเน้นย้ำทัศนคติเกี่ยวกับเพศหญิงซึ่งเดิมมีบทบาทในครอบครัวเป็นหลัก การเปิดพื้นที่การทำงานสำหรับผู้หญิงที่เป็นภาพตัวแทนก็เป็นผู้หญิงส่วนน้อยในสังคมไทยเพราะส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจที่มีฐานะดี การศึกษาดี และเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียง

ในกรณีบทบาทของสื่อประเภทนิตยสาร ภาพตัวแทนและอัตลักษณ์ผู้หญิงเก่งที่ปรากฏสอดคล้องกับแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพ ที่กล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นแหล่งข่าวสารสำคัญที่สร้างผลกระทบด้านความรู้สึก ทัศนคติ แบบแผนทางวัฒนธรรม และมักจะผูกขาดแหล่งข้อมูลจนทำให้ขาดความ “หลากหลายทางความคิด” ความหมายและอัตลักษณ์ของผู้หญิงเก่งจากนิตยสารทั้ง 6 ชื่อฉบับ เป็นเพียงอัตลักษณ์ของผู้หญิงส่วนหนึ่งที่มีสื่อให้โอกาส ให้พื้นที่ นำเสนอความคิดของผู้หญิงเก่งเหล่านั้น

ภาพตัวแทนที่สื่อสร้างขึ้น เป็นการเลือกนำเสนอภาพตัวแทนของผู้หญิงแค่เพียงบางกลุ่มเท่านั้น ภาพของผู้หญิงเก่งที่สื่อ นิตยสารสร้างขึ้นจึงเหมือนกับการแบ่งแยกประเภทของผู้หญิงในสังคม ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำของคนในสังคมและเท่ากับการสร้างภาพเหมารวม (stereotype) ว่าผู้หญิงเก่งจะต้องมีลักษณะเฉพาะภาพที่สื่อนำเสนอเท่านั้น จึงเท่ากับการกีดกันผู้หญิงบางกลุ่มออกจากพื้นที่ในสื่อ เช่น ผู้หญิงที่ใช้แรงงาน แม่บ้าน หรือกรรมกร ซึ่งต่างก็ต้องทำงานเพื่อแบ่งเบาภาระครอบครัวเช่นกัน

โดยเฉพาะการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนซึ่งเป็นสถาบันสำคัญในการผลิตความหมายทางวัฒนธรรม การผลิตภาพตัวแทนผู้หญิงเก่งของสื่อ นิตยสารจึงมีอิทธิพลต่อการสร้างตัวตนของผู้หญิงในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมของการบริโภค ที่อัตลักษณ์ถูกนำมาใช้ในการสร้าง “ความแตกต่าง” และแสดงเอกลักษณ์เฉพาะบุคคล การเลือกนำเสนอภาพตัวแทนของผู้หญิงเพียงบางกลุ่มจึงอาจจะ สร้างความรู้สึก “แตกต่าง” ระหว่างผู้หญิงด้วยกันเองและเป็นการ “แบ่งแยก” รวมถึง “กีดกัน” ผู้หญิงบางกลุ่มออกจากพื้นที่ในสื่อ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงควรที่จะนำเสนอภาพของผู้หญิงตามสภาพความเป็นจริงและนำเสนออย่างสร้างสรรค์เพื่อให้อัตลักษณ์ของผู้หญิงมีความหลากหลายและสะท้อนให้เห็นคุณค่าและบทบาทของผู้หญิงที่มีมากกว่าความสวย เพื่อเป็นการขยายพื้นที่ให้กับผู้หญิงกลุ่มอื่นๆ ได้มีโอกาสสร้างภาพผู้หญิงเก่งตามความเป็นจริงในสังคม โดยมีสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการนำเสนออย่างสร้างสรรค์

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาอัตลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เพื่อให้ภาพอัตลักษณ์ผู้หญิงในยุคปัจจุบันชัดเจนขึ้น
2. ควรศึกษาความเห็นของผู้รับสารที่อ่านนิตยสารผู้หญิงเกี่ยวกับอัตลักษณ์ผู้หญิงแก่ว่าผู้รับสารมีวิธีการเลือกรับ ดีความเนื้อหาในนิตยสารอย่างไร